## 2017年1月5日中共中央政治局委员、中央书记处书记、中宣部部长刘奇葆在推进媒体深度融合工作座谈会提出重要要求：

坚定不移推进媒体深度融合，确立移动媒体优先这个发展战略，突破采编发流程再造这个关键环节，抓好“中央厨房”建设这个龙头工程，强化全媒人才培养这个重要支撑。

推进媒体深度融合是一项战略任务、系统工程。各地各部门各新闻单位要高度重视，加强统筹协调，认真组织实施，确保各项任务落到实处。要加快省级媒体融合发展步伐，形成以中央媒体为引领、省级媒体为骨干的融合传播布局。要做强媒体主业，深耕专业领域，积极探索信息服务、版权合作、广告经营等多种盈利渠道，找到适合自己的可持续发展模式。要一手抓融合，一手抓管理，确保融合发展沿着正确方向推进，不断开创党的新闻事业发展新局面。

## 杨振武：“中央厨房的运行开启了《人民日报》融合发展的新征程。”

人民日报社中央厨房运行机制有以下主要特点：第一，构建适应融媒体生产的策采编发网络，再造策采编发流程。主要是设立总编调度中心，建立采编联动平台；第二，改革采编部门设置，强化各媒体总编室职能。为推进深度融合，我们对编制体制、机构职能、人员配置做出重大改革和调整；第三，强化绩效考核，创新激励约束机制。依托中央厨房形成的新采编体制机制，需要与之相适应的绩效考核体系来保证。

## 宋建武：通过“互联网+”推动媒体深度融合

谈到“互联网”，一些媒体业界人士每每把这一概念与特定的互联网民营公司和民营企业家挂钩，从而把“互联网+”看作是传统主流媒体向互联网民营公司屈服和依附。实际上，互联网只是一种新的技术、新的工具，在其应用中，由其自身特点作用，会产生一种新的认知和思维模式，大家称之为“互联网思维”。这类技术和工具，乃至这种思维逻辑，不是只有少数人和企业才能掌握和使用的，主流媒体机构和媒体人，通过学习和实践，也一定能够掌握和运用互联网技术和互联网思维。



## 胡正荣：未来是智能媒体时代

我对未来媒体有两个判断： 媒体融合的未来是智能化。智能媒体不是简单地把丰富的内容集成给你，或者通过大数据分析了解用户需求，而是在特定场景下实现实时的需求与供给的智能匹配。智能时代的媒体融合，应做到“价值的智能匹配”，这才是未来真正具有发展前景的趋势。






## 李彦宏：任何产品都该从用户的角度出发

我们需要站在用户的角度来思考问题。我们现在“手百”虽然是一个 native app，但是人们在使用“手百”的过程当中，还没有真正得到一个 native app 的体验。我们经常点一个搜索结果后，到别人的网站上了。传统来讲，别人的网站上放了很多广告那就是别人网站的事情了。但是从用户的角度来想呢，用户永远都觉得他在用百度，我们要对用户的这种需求负责到底。



## 张小龙：微信并非只是用来消磨时间的 APP

希望微信及微信相关的产品展现给用户的是更有价值，是他所需要的东西，用完即走体现在微信的方方面面，帮助用户提高它的效率，缩短他完成一个任务所需要的时间。不用一些无谓的东西去消耗他的时间，这个时间从来不是我们的考量对象。因为微信在里面花了多少时间，是由用户处理事情耗费多少时间决定的。不是去拖延用户的时间，而是帮助他做他想要做的事情。从这里会引申出很多，以致于微信会成为你们所看到的样子。

## 清华大学教授尹鸿：传统媒体的真正对手不是新媒体

传统媒体很大程度上是被自己打败的，不是被新媒体打败的。传统媒体控制着内容，用内容为王推动媒介融合。而传统媒体改革难就难在缺乏稀缺性的优质内容，也缺乏资本整合体制，做不大做不强，媒介融合就缺力度、缺抓手。

## 蒋敏昊：“ TV+ ”爆发，电视仍是引爆点

很多电视节目的互动设备仍然比较落后，很多可以进行包装和视觉化的工业产品、高科技还没有被运用到电视制作上。技术一直存在，一直在革新，就看你敢不敢用。而且光靠一台晚会去互动远远不够，必须通过常态节目尝试接地气的互动，调动观众情绪。

## 尹逊钰：别怕出界，电视没有边界

TV+ 还有很多想象空间，比如 TV+ 手机，观众看节目还可以做任务，除了深度参与节目，还可以建立大数据，拉长节目的产品价值。电视节目结束了，但大数据还在，用户没有走，就可以反复触达。